畅想气象“视音频制作”的新发展格局

许宁超
（新疆维吾尔自治区气象服务中心，新疆 乌鲁木齐 830002）

摘　要：“互联网 +”这种新经济模式，对气象影视发展带来新的生态构建。气象为社会提供基础性、公益性气象数据服务和技术支撑，预报预测准确率和精细化水平不断提高。数字化为影像传播发展给予了新技术、网络、媒介、创新等重要的发展动力。数字“气象融媒体”研发解决的不仅仅是气象信息传播的问题，更是解决如何提供更具针对性且便捷的气象服务数据支持、发挥气象信息更大社会价值的问题。做好气象融媒创新，对气象数据进行细致开发，在全媒体开发服务方面发挥效益。

关键词：5G；气象信息传播；专业气象服务；融媒体；短视频　　**中图分类号：**G632　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）12-056-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.12.016
本文著录格式：许宁超 . 畅想气象“视音频制作”的新发展格局 [J]. 中国传媒科技，2021（12）：56-58.

数字化为影像传播发展带来了变革。构建出新的数字影像消费生态，影像产业已形成创作流程化、媒介数字化、展示网络化、发展融媒体化的发展格局。融媒体时期，气象信息服务也显现出新的特征，气象信息产品内容丰富多元、形式不断创新、服务精细化程度提升。社会对气象服务的要求越来越高，气象服务不再是单纯的传播气象信息，还需要向社会提供更精细化的气象服务、发挥气象保障改善民生、防灾减灾救灾的作用。新技术的发展应用为气象与其他行业融合创造了条件，借助国家“互联网 +”战略，推动气象事业高质量发展。

受众需求、服务内容、服务渠道与受众的互动体验等方面，都对当下的气象影视服务带来全新挑战，怎样打破传统服务的固化思维，构思新的传播方法和手段，是全媒体时代气象影视服务转型融合的开始。精细化气象服务以用户需求为导向，影像的数字化发展还处于新旧媒介之间相互竞争又相互合作的状态。人类传播史证明媒介的历史是“多样化”的历史，信息传播的受众主体从未改变。因此有理由相信影像有能力应对当下的数字技术驱动的媒介融合潮流，面对大众需求的变化，影像会做出改变，指引气象“视音频制作”的新发展格局。牢牢抓住数字技术带来的时代机遇，努力开启气象数字影像产业蓬勃发展的新境界。[1]

数字化为影像传播发展赋予了新技术、网络、媒介、创新等重要的发展动力。构建出新的数字影像消费生态，数字影像产业已形成创作流程化、媒介数字化、展示网络化、发展融媒体化的特征。其开始向影像教育、网络商业、大数据推送产品方向发展。

从技术角度看，对当下影视创作影响最深远的是数字技术迭代所推动的。数字影像技术的创新不仅颠覆了以往影像工业制作流程，对影视产品的视觉风格变化也产生积极变化。影像的数字化发展也深刻影响气象“视音频制作”的发展。

1. 气象服务的主战场

顺应技术发展和媒体变革大趋势，媒介融合发展的速度加快，气象“视音频制作”创作的“表现方式”及用户“获取信息”方式都不断发生着变化。气象影视服务，是气象公众服务的主战场。气象服务要实现受众“随时随地”获得气象信息的需求，目前公众可以通过微信、微博、气象 App、气象网站、传统电视广播等多渠道获取服务。从服务内容和传播形式上，都打破了传统传播局限，更便捷，更广泛，更精确地实现内容的靶向传播。精心打造一套从内容生产到信息传播到用户反馈，高效且良性发展的气象服务生态网络。

融媒体的信息传播，建立在交互文本和多媒体基础上，是一个复杂的网络机构，依赖于视听文本与计算机技术的有机结合和数字化创新。数字化的影像创作和传统影像虽然都是通过视听来完成传播，但 5G 网络技术的发展，使较大较长的影像产品有了无限的传播渠道。两者在影像上的差异也越来越明显。大众审美从曾经注重“相对独立性和引导性”的观看方式，转变为注重视觉体验和信息互动的观看体验。数字影像产品的内在不一定是讲述深刻的道理，以说服观众接受这个道理。数字影像产品的内在，是通过再现影像直击心灵深处的感受，传递给大众对事物认知的过程。这种感受是真正能感动大众的内容。这是融媒体时代影像创作发展的趋势。这些对开发平台转型的具体要求，加速了定制开发到制作合成发布系统的升级。

气象影视节目必定要走向与互联网深度融合的发展模式，最终依托“万物互联”实现“无处不气象”的气象服务新生态。国家对气象服务的传统要求是，政府满意，公众满意，用户满意。现在对气象服务提出的新要求是：生命安全，生活富裕，生态良好。需要加快科技创新，努力做到监测精密、实现预报精准，发展精细化的气象服务，推动气象事业高质量发展。气象服务保障能力的

提高，能充分地发挥气象防灾减灾第一道防线的作用。

气象科技服务工作自开展以来，一直是气象系统面向社会的窗口与各部门各行业有着密切联系。为政府决策者和政策制定者提供风险和灾害管理服务。转变气象服务理念，建立了各行业专业气象服务的新合作模式。[2]

1.1 海洋和海上业务海洋天气信息的应用

帮助船员选择划算的航海路线和石油钻探技术，从而使业务进程最优化。

1.2 航空与陆地运输

天气信息帮助交通运输在极端天气条件，采取精细化的气象服务，帮助交通部门有效管理。基于数值预报及智能网格预报系统，发布针对交通和航空重点区域的气象指导预报产品。

1.3 水文气象

可实现水雨情监测、预报产品调阅、风险产品制作与分发的预报。

1.4 向农业部门提供天气和气候信息

助力发展可持续且经济可靠的农业系统，提高农产品产量和质量。

1.5 能源

使用观测资料、天气预报和气候资料，可制定高效合理使用能源的长期能源规划。

1.6 助力水资源管理

气象对水资源长期管理和汛期洪水防控，对水资源管理具有重要作用。

1.7 服务旅游、休闲和体育

天气预报和预警及时发布，确保人们户外活动的安全，帮助人们选择进行户外休闲娱乐的地点和时间。

1.8 大气环境

提供集雾霾预报、空气质量模式开发和运维、排放清单、污染评估于一体的服务决策支持系统。

1.9 灾害评估

提供多种灾害性天气的实时监测评估，及月内中长期灾害影响动态预评估。

1.10 城市环境

提供天气和空气质量信息，帮助公众采取恰当的行动，将其对城市居民生活的影响减少到最小。

1.11 助力土地和城市规划

帮助职能部门做好环境评估，做好气候认证和能源保护的规划。

气象参与社会生产、百姓生活的方方面面。对于气象影视来说，无论是通过传统媒体还是新媒体，采用多种手段将全新防灾减灾信息传递到每个人手里，顺应媒体发展趋势，发展新媒体服务平台，加快精细化气象服务产品的发展。[3]

2. 思考产业的转型突破，通过融合实现转型

随着媒介的发展和传播方式的变化，传统的影像传播形式无论从理论角度、市场角度或观众的认知角度，能发挥的作用越来越有限，越来越不能适应和满足影像数字化发展的多样化趋势。影像的数字化转化是传统媒介跨界融合的过程，也是跨界的产物。像爱奇艺、优酷这样优秀的网络视频平台，就是电视台与互联网跨界的产物，跨界使得普通观众可以通过更多的渠道和平台获取更多的优质内容。数字影像在融媒体传播中展现的自身优势，有效地延伸和补充了大众的多样需求。

融媒体推动了人类社会关系的发展，融媒体自身的优势与特质，正是公共气象服务在当下传播环境里，“融合”提升服务功能的手段。气象与网络媒介的融合要从内容、经济、功能三个方面着手，内容融合是从气象与社会活动、文化动向、经济发展这些需求源头找服务创新的道路。功能融合是在强化气象传统服务优势的基础上，融入行业专家、主播、网红等信息渠道，借不同渠道力量，扩大公众影响力。在突发事件状态下密切各行业部门协作，协同打造资源平台和发声平台，将预警、宣传、科普的方式融合，共建共享应急科普内容资源。及时开展应急科普宣教工作，做好政策解读、知识普及和舆情引导等工作。通过立体化传播和精准化服务，进一步加强突发事件应急科普宣教工作的影响力，让成果惠及更多群众。[4]

3. 气象融媒体视频化如何发展

挑战和机遇并存。气象融媒体视频化的发展首先要认清形势，正视移动视频的力量。影像的数字化传播虽然是一个年轻的影像形式，同样也要看到融媒体传播的时代属性。从影像诞生以来，一直都是大众广泛参与创作的传播媒介，在不同时代都呈现出大量人类科技进步，文化革新的影像。它是由普通大众广泛参与的信息传播活动。

抓住用户，用户在哪里，我们就在哪里。依靠大数据等新科技应用，攻坚克难研发气象服务等拳头产品，开放合作，实现多平台合作共赢局面。未来融合发展的着力点依然是互联网，全面打通报纸、广播、电视、网络、客户端等各类媒体发布平台的内容资源。摒弃自娱自乐，闭门造车的固化思维，不仅要与平台合作，还要更加重视与本地社会媒体的合作，相互影响，扩大传播力。

气象融媒体的发展，从技术角度看，对当下影视创作影响最深远的，是数字技术迭代所推动的。数字影像技术的创新不仅颠覆了以往影像工业制作流程，对影视产品的视觉风格变化也产生积极影响。其发展趋势开始向善于抓热点，注重产品思维、用户思维、互联网思维，融媒体产品生产紧贴用户需求。

影像产品不单纯为商业目的去迎合市场，产业与市场的无形之手调节着影像产品的内容，提供市场需求的数据分析。网络时代的数字影像资源整合与转化是通过大数据开发利用完成的，影像传播注重消费分众和数据定制的数据分析，给不同的影像用户提供不同的文化价值分享和定制化的视觉感受和体验。影像的内容与消费通过数据相互对接，影像作品数据、传播渠道数据、展示平台数据、影像消费数据构建出完整的影像用户数据，

这是消费群体的前端数据需求。

一种新的技术经济学科，其发展必定需要一个长期的过程，网络与数字技术为动力的数字影像经济正在不断完善其商业模式和生态系统。以新技术的创新应用，把影像从日常现实生活空间转化成供大众使用和消费的虚拟影像空间。网络与数字技术为影像创作创造了无限可能，推动了数字影像观念的创新。[5]

4. 怎么做

人人都看短视频的年代，媒介技术发展趋势越来越人性化，满足了人们随时随地的互动表达、娱乐参与及信息共享的需要。

怎样才能更好的做好气象音视频产品，首先服务导向要“不忘初心”，深耕服务内容，必须坚持专业为核心。专业能力是立命之本，面对原创视音频制作内容竞争，丢了专业，丢了气象这个专业领域，服务产品就失去了价值。同时，内容策划要“用之有理”：积极推出类型丰富的产品，推出符合地域、民族特色的作品，充分融合新兴媒体传播学原理，充分利用热点话题。丰富的气象视音频产品内容，结合受众的兴趣偏好和服务需求，制作符合受众需求的产品内容。

转变表达方式。他山之石可以攻玉，制作传统要“破旧立新”，气象融媒体平台要加强一切与气象相关的衍生服务产品，拓宽传播渠道，形式多变的将气象音视频传播出去。吸收国际新概念，应用新技术。用5G、VR等新技术丰富服务内容，提升服务质量，拓展服务深度、广度。抓住一切与气象相关热点，对天气特点进行科普，还对气象部门的工作进行了宣传，结合社会热点做气象解读。结合人们关注的热点，扩大了传播影响力。及时针对人们关注的天气答疑解惑，建立起传统天气预报和大众天气需求之间的桥梁。

从传递结论到传递思维。气象影视不再是单调乏味的数据信息，以往以预报结论为主要服务标准的气象信息，转变为简洁的、具有针对性的、全天候的气象信息。人性化的气象服务将复杂晦涩的气象术语，转化为受众通俗易懂的语言，从传递结论转变为传递思维。用理性的决策方式和感性的语言表达，贴近受众的生活。符合当下公众碎片化收视习惯，短时间内吸引眼球，节奏不拖沓，编排引人入胜，画面承接流畅的气象新媒体产品受到推崇。用互动方式宣传气象服务，让大众对天气、对气象产生兴趣，了解和理解天气预报的同时也有效提升了群众预防天气灾害的意识。

气象影视从天气预报定时制作，到视音频预报预警信息、科普产品的推出，最终到全媒体实时制作，都是在适应新媒介发展过程。气象信息具有典型的数据基因，背后隐藏了很多公众不了解的信息，通过数据挖掘解读，获得更多的服务切入点，是提升节目竞争力的有力武器。数据挖掘是“深入”的过程，可视化是“浅出”的展现。将数据进行恰当换算、量化的方式，可以让抽象的事物变得具象化和可感化。让公众有更加直观的感知，使气象信息得到更为有效的传播。[6]

5. 气象融媒体的未来

当下，数字“气象融媒体”研发解决的将不仅仅是气象信息传播的问题，更是解决如何提供更具针对性且便捷的气象服务数据支持、发挥气象信息更大社会价值的问题。

气象融媒创新重要的是颠覆性创新，气象融合需要思想观念先行，从三个方面体现：第一深挖气象数据，做电视台做不了的气象节目。第二紧跟热点信息，做自媒体想不到的气象内容。第三不断拓宽思维，做老百姓需要的气象信息。社会对气象服务的需求越来越大，充分挖掘气象信息附加值，提高专业气象服务水平，满足社会多层次、个性化的气象服务需求。加快科技融合，优化媒介平台和服务渠道建设，抓住内容生产和公众传播。培养全媒型人才、首席分析师。深耕大数据挖掘，在短视频和视频直播中跨界合作，提供点对点的定制化服务。

媒体融合的不断深入，气象媒体也应顺应趋势进行发展。做好气象融媒创新，对气象数据进行细致开发，在全媒体开发服务方面发挥效益。面对挑战，还需紧跟技术发展，创造性地开辟有利于气象媒体发展的新思路、新方法。在融媒体、云计算、大数据这些新技术的技术创新中，构建气象“视音频制作”的新发展格局，实现自身功能和社会价值的革新。气象事业发展的生命力在于服务。在融媒体时代的驱动下，气象部门本着服务社会的理念，紧跟时代发展，遵从不同媒介发展的传播规律，创作出更丰富的产品及表现形式。媒

参考文献

[1] 中国气象局.新中国气象事业60年[M].北京：气象出版社，2009.

[2] 陈少峰，张海东.把天气常常告诉老百姓是气象事业的立足点和 归宿 [C].// 当代中国研究所第三届国史学术年会论文集，2003.

[3] 气象影视技术论文集（十一）.“互联网+”时代的气象影视发展新生态（徐实）[M].北京：气象出版社，2017.

[4] 中国气象局发展研究中心.中国气象发展报告2015[M].北京：气象出版社，2015.

[5] 高雅黎.我国气象服务的供给与需求分析[J].经济师，2010（8）：63-64.

作者简介：许宁超（1985-），男，新疆乌鲁木齐，新疆维吾尔自治区气象服务中心 气象影视中心工程师，研究方向：影视、新媒体、摄影、科普宣传。

（责任编辑：张晓婧）